Asimetris

LEAFLET MENYIMPANG / 2022
OLEH AKULAHPELURU

Asimetris dalam pengertian sederhana adalah tidak lurus atau menyimpang. Tapi menurut tafsirku sendiri asimetris berarti melawan arus kebiasaan dan tidak mengekor pada paradigma. maka asimetris berarti kendali penuh atas dirimu sendiri. Jika kamu tidak terikat maka kamu bebas membahas apapun dari sudut pandang manapun dan hal ini yang akan saya lakukan, dengan mempertanyakan apakah budaya tandingan melawan kapitalisme dalam skena hc-punk itu masih relevan ?

Setengah abad terakhir, kita telah menyaksikan kemenangan mutlak perekonomian konsumen, sekaligus pada saat yang sama kita saksikan dominasi absolut pemikiran budaya tandingan dalam “pasar gagasan”. apakah ini kebetulan? para teoritikus budaya tandingan beranggapan bahwa pemberontakan mereka merupakan reaksi semata atas cacatnya masyarakat konsumen, Namun bagaimana bila ternyata pemberontakan budaya tandingan alih-alih merupakan konsekuensi dari konsumerisme yang kian intens justru sesungguhnya merupakan faktor penyumbang nya. tidakkah itu ironis?. Kita sama sama tahu metode yang sering dipakai untuk melawan suatu dominasi adalah dengan membuat tandingan atas dominasi tersebut namun seringkali kita terlampau percaya dengan gagasan yang di bangun dan tidak mencoba mengkritisinya.

Contoh nya seperti kasus Nike yang dikritik karena memproduksi produknya di pabrik-pabrik asia timur dengan pekerja yang diupah rendah (sweatshop). Kenyataan itu membuat anak muda amerika lebih memilih sepatu alternatif seperti Vans, Rebook, dan Airwalk yang dianggap melakukan pertukaran yang lebih adil dengan para buruh (fair trade). Hal ini yang dianggap sebagai budaya tandingan melawan korporasi jahat seperti Nike. Namun pada ujungnya vans, rebook, dan airwalk berorientasi ke arah yang sama dengan Nike menjadi perusahaan kapital, Inilah yang disebut kompetisi pasar apapun dapat dilakukan. Alih-alih budaya tandingan yang diharapkan anak muda dengan membeli produk Vans, Rebook dan Airwalk menjadi gerakan revolusioner anti-kapitalisme, gagasan ini malah menjadi mesin paling baik untuk melahirkan Nike, Nike yang baru dan mendorong kapitalisme selama 40 tahun terakhir ini semakin kuat.

Mengacu pada gagasan Ian Mackaye, tentang etos DIY nya yang sering ditafsirkan sebagai embrio dari budaya tandingan melawan industri musik arus utama dan perusahaan - perusahaan rekaman yang parasitis (terutama dalam skena hc-punk), saya menemukan gejala yang mirip seperti kasus nike yang saya ceritakan tadi. Bukan berarti konsep yang Ian Mackaye paparkan salah, namun ada kegagalan pada kita dalam memahami konsep gotong royong / DIY itu sendiri. Upaya saling bantu dalam mengusung sebuah gigs contohnya.

Fenomena yang sering terjadi, kita memberi apologi untuk brand mensponsori sebuah gigs atas nama kerjasama yang adil. padahal ide dan gagasan yang dibawa oleh komunitas dan brand yang memfasilitasi atau bahkan mendanai sebuah gigs itu bertolak belakang. Ada beberapa variabel memang tujuan sebuah komunitas DIY membuat sebuah gigs ,salah satunya adalah membangun komunitas sosial. Hal ini yang menjadi daya tarik brand berani bertaruh di "meja judi" dengan mendanai sebuah gigs. Hal ini dilakukan bukan serta merta sebuah brand mendukung upaya pembangunan komunitas, melainkan mereka melihat peluang besar terciptanya komunitas konsumtif dan bahkan tim marketing, mereka menciptakan pekerja upah murah yang sukarela. karena semua dalam ruang lingkup komunitas tersebut secara organik menjadi tim marketing brand tersebut. Belum lagi apabila sebuah "Gigs alternatif" di gagas oleh sebuah brand. Adanya klasifikasi di antara band, mana yang layak dibayar dan mana yang diharuskan membayar kolektif untuk menutupi biaya operasional, belum lagi harga tiket yang mahal karena berujung pada kalkulasi laba dan bukan pada pembangunan komunitas sosial.

Sama halnya seperti para pemuda amerika yang tersihir doktrin "membeli sepatu vans dapat merevolusi kapitalisme" maka saya rasa kita juga tersihir dengan mantra "membeli tiket mahal, berarti melawan industri musik arus utama".

Akankah budaya tandingan melawan industri musik arus utama dalam skena hc-punk akan berakhir seperti halnya vans, reebok dan airwalk yang pada akhirnya berubah menjadi perusahaan kapital serupa dengan Nike. dan menganggap budaya tandingan hanya menjadi teknik pemasaran semata. dan relakah kalian menerima kenyataan esensi budaya tandingan dalam skena musik independen hanya menjadi konsep kemitraan bisnis industri hiburan?.

Jawaban untuk pertanyaan yang sejak awal diajukan. Apakah budaya tandingan dalam skena hc-punk masih relevan ? jawabanya ada pada diri kalian masing-masing. Saya mempertanyakan semua ini untuk memprovokasi nalar kawan-kawan. Karena dengan memprovokasi nya secara alamiah akan memancing nalar kritis. Hal itu yang bisa menjadi alat untuk menjawab pertanyaan ini.

ASIMETRIS /APAKAH BUDAYA TANDINGAN MASIH RELEVAN DALAM SKENA MUSIK INDEPENDEN ?